

## KPN licht nieuw strategisch plan 2015 toe

Datum  
10 mei 2011

Nummer  
020p

*Versterken, vereenvoudigen en groeien*

KPN licht vandaag zijn strategische plannen tot en met 2015 toe. Voor deze periode heeft KPN een aantal prioriteiten gesteld om het bedrijf te versterken, te vereenvoudigen en te laten groeien. KPN zal zijn Nederlandse telecom en ICT activiteiten versterken. Daarnaast blijft KPN investeren in de internationale 'Challenger' activiteiten om deze sneller dan de markt te laten groeien. Focus op kwaliteit, vereenvoudiging en verbeteren van de reputatie, moet KPN in staat stellen om de klanttevredenheid te verhogen en voorop te blijven lopen in de voortdurend veranderende telecom en ICT markt. KPN zal zijn activiteiten verder stroomlijnen met een vernieuwde focus op waardecreatie. KPN blijft investeren en is geïnteresseerd in duurzame uitkering aan aandeelhouders binnen een prudent financieel raamwerk.

KPN heeft een aantal ambities geformuleerd voor de periode tot en met 2015:

- **Breedband marktaandeel Nederlandse huishoudens van meer dan 45% (nu 41%)**
- **Behouden marktaandeel Nederlandse mobiele markt van meer dan 45% (nu 47%)**
- **Leidende speler zakelijke ICT markt in de Benelux**
- **Kwaliteitsverbetering first time right' 85%-95%, hogere NPS, top 10 reputatie NL**
- **Marktaandeel Duitse mobiele markt >20% met EBITDA-marge van 35%-40% (nu ~16%)**
- **Marktaandeel mobiele markt België 20%-25% (nu >18%), met stijgende EBITDA-marge**
- **Versnellen internationale groei van Ortel Mobile, voortzettende waardecreatie iBasis**

*"KPN heeft een uitstekende basis waarop dit nieuwe, strategische plan voortbouwt," zegt bestuursvoorzitter Eelco Blok. "Ik heb onlangs het besluit genomen om investeringen te versnellen die onze Nederlandse telecomactiviteiten zullen versterken. Ik wil er ook op wijzen dat we blijven investeren in verdere winstgevendende groei in Duitsland en België. We gaan onze organisatie vereenvoudigen en de kwaliteit van onze dienstverlening sterk verbeteren. Dit zal een positief effect hebben op de klanttevredenheid en de reputatie van KPN en dat is goed voor al onze belanghebbenden; onze klanten, onze medewerkers en onze aandeelhouders."*

Als onderdeel van het strategisch plan 2015 heeft KPN de volgende financiële doelen geformuleerd:

	Behaald 2010	Outlook 2011
EBITDA	€ 5,5 mrd	> € 5,3mrd <sup>1</sup>
Investeringen	€ 1,8mrd	< € 2mrd
Vrije kasstroom <sup>2</sup>	€ 2,4mrd	Groei <sup>3</sup>
Dividend per aandeel	€ 0,80	≥ € 0,85

<sup>1</sup> Exclusief 2011 deel van reorganisatie kosten

<sup>2</sup> Vrije kasstroom gedefinieerd als kasstroom uit operationele activiteiten, plus opbrengsten vastgoed, min investeringen en belasting E-Plus

<sup>3</sup> Groei gedefinieerd als groei t.o.v. vrije kasstroom 2010 van € 2,428 mrd

### Voor meer informatie:

#### Corporate Communicatie

Mediarelaties

Tel: (070) 446 63 00

Fax: (070) 446 63 10

E-mail: [press@kpn.com](mailto:press@kpn.com)

#### Investor Relations

Tel: (070) 446 09 86

Fax: (070) 446 05 93

E-mail: [ir@kpn.com](mailto:ir@kpn.com)

KPN gaat door met het 2011 aandeleninkoopprogramma van 1 miljard euro

- Outlook 2012: Vrije kasstroom van circa 2,4 miljard euro, dividend per aandeel van 0,90 euro
- Outlook 2013: dividend per aandeel van 0,95 euro

De strategische initiatieven van KPN worden ondersteund door enkele wijzigingen in de management rapportage lijnen. De Nederlandse telecomactiviteiten zullen rechtstreeks rapporteren aan Eelco Blok, CEO van KPN. Thorsten Dirks zal, naast zijn functie als CEO van E-Plus, leiding gaan geven aan KPN Mobile International. De samenstelling van de raad van bestuur van KPN blijft ongewijzigd met Eelco Blok (CEO), Carla Smits-Nusteling (CFO) en Baptiest Coopmans.

Tijdens een presentatie aan financieel analisten en investeerders geeft Eelco Blok vandaag in Londen een toelichting op de strategie 2015. Daar geven ook de bestuursleden Carla Smits-Nusteling en Baptiest Coopmans presentaties over het financiële raamwerk, marktinzichten en ambities. De presentaties beginnen om 12.00 uur CET en zijn live te volgen via webcast via:

<http://www.kpn.com/kpnstrategie>

### **Prioriteiten Nederland**

In de Nederlandse consumentenmarkt ziet KPN dat klanten steeds vaker één totaalpakket aan communicatiediensten af willen nemen bij één leverancier. KPN blijft in de periode tot en met 2015 verder investeren in het Nederlandse vaste netwerk om de gunst van de Nederlandse huishoudens te winnen. Het VDSL-netwerk zal verder worden ge-upgrade en KPN gaat door met de uitrol van glasvezel in Nederland. Om onze klanten beter te kunnen bedienen zal KPN het aantal winkels in Nederland uitbreiden van 217 naar circa 300 in het jaar 2015. KPN's televisie-aanbod wordt voortdurend verbeterd en ook Telfort en XS4ALL gaan totaalpakketten met bellen, breedband internet en televisie aanbieden. Deze initiatieven moeten er onder meer toe leiden dat KPN gemiddeld meer diensten per huishouden gaat leveren.

In de Nederlandse mobiele markt ziet KPN verandering van het gedrag van klanten. Het ruime aanbod van hoogwaardige smartphones en de grote hoeveelheid mobiele 'apps' heeft bij een deel van onze klanten gezorgd voor een daling van het 'traditionele' sms-en mobiel belverkeer. KPN blijft investeren in de verbetering van de kwaliteit en de capaciteit op het netwerk, om onderscheidend te zijn. De gemiddelde snelheid van deze mobiele netwerken wordt verder opgevoerd. Vanaf deze zomer kunnen onze klanten kennismaken met nieuwe abonnementsvormen die mobiele data als uitgangspunt hebben. KPN zal inspelen op de wensen van onze klanten en nieuwe manieren van mobiele communicatie faciliteren.

KPN's zakelijke klanten richten zich sinds de kredietcrisis onverminderd op de beheersing van kosten. De wens tot verbetering van productiviteit en flexibiliteit valt samen met een toenemende klantvraag naar geïntegreerde ICT dienstverlening in de hele zakelijke markt. De vraag naar flexibele werkplekken en diensten als IT op afstand (cloud computing) en video conferencing groeit ook bij bedrijven in het MKB en het middensegment. KPN zal toegesneden diensten gaan aanbieden aan kleine ondernemers en zelfstandigen. Ook in de zakelijke markt zal KPN blijven investeren in de kwaliteit van zijn diensten, infrastructuur en datacenters. KPN's zakelijke segment en Getronics zullen stapsgewijs, verder worden geïntegreerd.

### **Verbeteren kwaliteit, vereenvoudigen**

KPN zal extra gaan investeren in de verbetering van de kwaliteit van de klantenservice. De callcenters zullen anders worden ingericht, waarbij gespecialiseerde agents de klant in één keer kunnen helpen. Rekeningoverzichten worden duidelijker en eenvoudiger en KPN zal zijn websites meer gaan inrichten als een servicekanaal. Dit alles moet er toe leiden dat het aantal gesprekken naar onze callcenters met een kwart daalt en dat er minder vaak monteurs hoeven te worden ingezet. Om in te kunnen spelen op de nieuwe uitdagingen en op de wensen van onze klanten, gaat KPN zijn eigen organisatie vereenvoudigen. In de komende jaren wordt de Nederlandse organisatie efficiënter, met minder managementlagen en directere aansturing. KPN zal zich concentreren op de dienstverlening en gaat complexe, technologische processen uitbesteden aan bedrijven die dat beter en goedkoper kunnen. Daarmee kan KPN de kostenbasis verlagen en zal het aantal arbeidsplaatsen met 4.000 tot 5.000 dalen, zoals aangekondigd bij de presentatie van de eerste kwartaalcijfers van 2011.

### **Prioriteiten Duitsland**

In Duitsland gaat KPN onverminderd door met zijn 'Challenger' strategie'. Deze succesformule waarmee KPN in Duitsland mobiel bellen betaalbaar heeft gemaakt voor de massa, wordt nu aangewend om in te spelen op de stijgende populariteit van mobiel internet. In 2010 verkreeg KPN zeer aantrekkelijke frequentieruimte die ingezet kan worden om aan de vraag naar mobiele datadiensten te voldoen. Ook is begonnen met de snelle uitrol per regio van een mobiel breedbandnetwerk en daar gaat KPN mee door. Op regionale basis biedt KPN in Duitsland aantrekkelijk geprijsde mobiele internetdiensten aan, in samenwerking met verkooppartners en innovatieve leveranciers. In de komende jaren zal KPN blijven investeren om zijn klanten in Duitsland te bedienen met hoogwaardige, aantrekkelijke mobiele (internet) diensten. Dit moet KPN in staat stellen om te groeien naar een marktaandeel van meer dan 20%, ten opzichte van circa 16% nu.

### **Prioriteiten België, iBasis en Ortel Mobile**

Ook in België ziet KPN groeikansen op het gebied van datadiensten. Vergelijkbaar met Duitsland, legt KPN hier versneld een mobiel breedbandnetwerk aan en worden aantrekkelijk geprijsde diensten aangeboden via sterke eigen merken en partnermerken. In België ziet KPN kansen om te groeien op de ZZP-markt. Dit moet KPN in staat stellen om ook in België winstgevend te kunnen blijven groeien naar een marktaandeel tussen 20% en 25%, vergeleken met meer dan 18% nu.

iBasis doet het goed en gaat verder op de ingeslagen weg van groei met behoud van marge.

Voor Ortel Mobile ziet KPN duidelijke groeikansen. De veranderende demografische samenstelling van Europa biedt Ortel Mobile de mogelijkheid om ook buiten de bestaande regio's, in nieuwe markten actief te worden. KPN heeft de ambitie om de omzet van Ortel Mobile significant te laten groeien.